

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe; Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 24. August 1946 - 46. Jahrgang - Nr. 34

Der Wahlwind in den Segeln des Gewerbeverbandes

Die Publizisten des Schweiz. Gewerbeverbandes werden nicht müde, zu betonen, dass nicht das Gewerbe es war, das die Verständigungsbemühungen zum Scheitern brachte, sondern dass die Konsumgenossenschaften den Abbruch der Verhandlungen bewirkten. In grossen, auffallenden Lettern sprechen sie in ihrer Presse von einer «Offensive der Genossenschaften» und verkünden:

«Die Zeit der wirtschaftspolitischen Verständigung ist auch in der Schweiz vorbei.»

Die Konsumgenossenschaften können natürlich nicht anders, als eine solche Kampfansage zur Kenntnis zu nehmen und zu bedauern, dass der Verständigungswille, der trotz allem offenbar auch in gewissen Gewerbekreisen noch vorhanden ist, keine realen Formen annehmen konnte. Es scheint, dass heute die *Scharfmacher* in den Kreisen des privaten Detailhandels die Oberhand gewonnen haben. Es ist ihnen offenbar gelungen — und das Frohlocken hierüber drängt sich aus fast allen ihren Aeusserungen hervor —, die gesamte Diskussion um eine vernünftige Ordnung im Detailhandel auf eine Basis zu verschieben, die nichts mehr mit der wirtschaftlichen Leistung, dem Dienst am Konsumenten, dem Fortschritt in der Warenvermittlung und einer allen Beteiligten zustehenden gerechten Preisbildung zu tun hat, sondern sich im Spielfelde der *Politik* bewegt — einer Politik jedoch, die mit der Verteidigung der eigenen Standesinteressen identisch ist.

Hier, wo man seinen Gefühlen freien Lauf lassen kann, wo die Leidenschaft ins Regiment tritt, da fühlen sich viele zweifellos bedeutend sicherer als dort, wo es sich darum handelt, Preise zu kalkulieren, Betriebe rationeller zu gestalten, in geduldiger Kleinarbeit den Erfordernissen einer leistungsfähigen Konkurrenz gerecht zu werden. Offenbar ist das, was auf diesem sachlichen Wege erreicht werden könnte und zum Teil schon erreicht ist, doch zu mühsam. Man hofft, auf dem politischen Wege schneller weiterzukommen. Damit leiten die verantwortlichen Führer des privaten Detailhandels von neuem *eine Periode des Kampfes* ein, in dem sie ihre Schutzbefohlenen von der wichtigsten Aufgabe im eigenen Betrieb und in den eigenen Selbsthilfeorganisationen ablenken. Sie dürfen sich nicht wundern, dass dadurch ihre wirtschaftliche Erstarkung von neuem gehemmt und ihre Schwierigkeiten gegenüber den Erfordernissen der nächsten Zukunft noch vermehrt werden.

Nun, diese Entwicklung haben die *Konsumgenossenschaften* ja nicht zu verantworten. Diese sehen sich vorerst einmal

im Zentrum der politisierenden Angriffslust ihrer wirtschaftlichen Konkurrenten.

Das Spiel, dessen Objekt sie geworden sind, ist sehr durchsichtig. Mit allen Mitteln soll versucht werden, die gesamte nichtgenossenschaftliche Wirtschaft auf die Konsumgenossenschaften zu hetzen, unter antigenossenschaftlichen Schlachtrufen die gesamte Privatwirtschaft auf eine Linie zu bringen und mit einer solchen Front nächstes Jahr in den Wahlkampf um die Bestellung des National- und Ständerats zu gehen. Man scheut sich dabei nicht, bis in die private Sphäre des Einkaufskorbes vorzudringen, diejenigen Gewerbler, die in der Genossenschaft einkaufen, zu Verrätern zu stempeln und das freie Entscheidungsrecht des einzelnen unter höchst undemokratischen Druck zu setzen.

Einige Stellen aus der Mittelstandspresse

mögen belegen, wie feindselig die Haltung gegenüber unserer Genossenschaftsbewegung ist und wie intolerant, wahrhaft eigensüchtig diejenigen, die auch heute noch 75% der schweizerischen Warenvermittlung beherrschen, ihre *unumschränkten Herrschaftsansprüche* begründen und vervollständigen wollen. Wir lesen in jüngsten Veröffentlichungen u. a. (Hervorhebungen von uns):

Die Zeit der wirtschaftspolitischen Verständigung ist auch in der Schweiz vorbei. In der Schweiz — analog den Verhältnissen im übrigen Europa westlich der Scheidelinie Stettin—Triest — entwickelt sich diese Auseinandersetzung vorerst an der Antithese *Wirtschaftsfreiheit oder kollektivistische Planwirtschaft.* —

Es wäre nach unserem Dafürhalten durchaus verfehlt, wenn man in der Bauwirtschaft, im Schuhhandel, in der Konfektion, im Möbelhandel die genossenschaftlichen Bestrebungen als unwichtig und nebensächlich ignorieren würde. Es könnte dereinst ein böses Erwachen geben, und der *private Handel aller Zweige und aller Stufen* hat heute ein eminentes Interesse daran, sich in der Abwehr genossenschaftlicher Expansionsgelüste wachsam zu zeigen und sich zu einer *einheitlichen Front* zusammenzuschliessen. —

Mehr und mehr gewinnt man die Ueberzeugung, dass die grosszügige Reservenbildung in erster Linie dazu bestimmt ist, einen *politischen Machtapparat* zu schaffen, der für Zwecke Verwendung finden soll, die eigentlich weit ausserhalb der konsumgenossenschaftlichen Warenvermittlung liegen. —

So begrüssenswert der konservative Zug in der genossenschaftlichen Preispolitik ist, so wäre es doch eine schwere Selbsttäuschung, über die viel unheilvolleren Folgen hinwegzusehen, die durch die kapitalmässige Machtzusammenballung in den Händen der *sozialistischen Genossenschaften* entstehen. —

Die Aeusserungen massgebender Genossenschaftspolitiker — und vor allem die Entwicklung in zahlreichen ausländischen Staaten — läuft eindeutig in die Richtung einer Bevorzugung des genossenschaftlichen Verteilungsapparates und schliesslich in seiner Erhebung zu halboffiziellen Organisationen. *In dieser Vergenossenschaftlichung einzelner Teile des Wirtschaftsprozesses liegt die heute allein entscheidende Gefahr.* —

Es muss gehandelt werden. Auf schweizerischem Boden können wir diese Frage nicht lösen. In den Spitzenverbänden ist man sich darin einig, dass die *Mitgliedschaft der Konsumgenossenschaften mit derjenigen unserer mittelständischen Organisationen unvereinbar* ist. Diese Beschlüsse bestehen schon längst; ihre Handhabung ist Sache der kantonalen und regionalen Gewerbe- und Berufsverbände.

Gewiss, das Problem der Mitgliedschaft bei den Konsumgenossenschaften könnte zu einer Krise in den Sektionen unserer Verbände führen. Um diese gefährliche Situation zu überbrücken, ist es notwendig, dass die Frage regional in den gewerblichen Organisationen behandelt und gelöst wird, selbst auf die Gefahr hin, dass *da und dort saniert* werden muss. Eine Abklärung soll nicht auf schriftlichem Weg, sondern mündlich erfolgen.

Das *kompromisslose Reinemachen* heisst aber nicht, dass mit dem wirtschaftlichen Gegner ein zänkerisches Geplänkel geführt werden soll. Der Wettbewerb soll und muss auf kaufmännisch loyaler Basis geführt werden. Er verlangt aber eine *kompromisslose Sauberkeit in den eigenen Reihen*, und diese geht in allererster Linie durch das *100prozentige Bekennen zu unserer Sache.*

Keine Zeit ist besser geeignet, um dieses kompromisslose Reinemachen vorzunehmen, als gerade der Vorabend der Wahlen.

Unter keinen Umständen dürfen wir Gewerbevertretern die Stimme geben, die mit einem Bein bei uns und mit dem andern im Lager unserer wirtschaftlichen Gegner stehen!»

Das, was die Vertreter des privaten Kleinhandels bei der Diskussion um den Warenhausbeschluss wehklagend in die Oeffentlichkeit hinausgerufen haben, mit Statistiken aller Art zu belegen versuchten und man ihnen vielfach im Parlament auch glaubte, hat heute offenbar fast ganz an Gewicht verloren. Die Konkurrenz der Einheitspreisgeschäfte und der Warenhäuser, die ja dem ominösen Beschluss den Namen gegeben haben, scheint unwesentlich geworden zu sein. Sie stellt kein Problem mehr dar. Selbst der wettbewerbliche Aspekt der Migros verblasst hinter der *Landesgefahr Konsumgenossenschaft.* Ja, gibt man nicht praktisch zu, die wirtschaftliche bessere Leistung, die grössere Kapitalkraft, die zügigere Propaganda, der rationellere Betrieb der wirtschaftlichen Grosskonkurrenz sind für uns kleine private Detaillisten irrelevant geworden. *Wirtschaftlichen* Schutz durch die Gesetzgebung brauchen wir nicht mehr! Wir sind saniert und konsolidiert! Was uns heute noch interessiert, ist nur die *politische* Seite. Deshalb kämpfen wir fast ausschliesslich nur gegen die Konsumgenossenschaften, trotzdem auch diese für uns wirtschaftlich ja keine Gefahr mehr darstellen. — Und ausgerechnet von denen, die sich früher nicht genug darin tun konnten, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und organisatorische Ueberlegenheit der Konsumgenossenschaften in den schwärzesten Farben zu malen, wird mehr oder weniger der Vorwurf an die Genossenschaften gerichtet, dass diese ihre preispolitische Aufgabe nicht erfüllen würden. Lesen wir:

«Die Reserven dienen hauptsächlich der Vergrösserung der konsumgenossenschaftlichen Macht und Finanzierung kostspieliger Propagandaaktionen. Es muss somit die Frage gestellt werden, ob der Konsument davon einen direkten Vorteil hat. Dies könnte dann bejaht werden, *wenn die Konsumgenossenschaften tatsächlich gegen übersetzte Handelsmargen ankämpfen und dem Konsumenten auf einzelnen Gebieten eine billigere Versorgung verschaffen würden.* In den letzten Jahren war es jedoch so, dass in der Regel Privatunternehmen die Rolle eines preisregulierenden Faktors übernommen haben, während *die Konsumgenossenschaften entweder eine durchaus konservative Preispolitik betrieben oder aber sich erst nachträglich zu einem Vorstoss entschlossen.*»

So wenig schmeichelhaft solche Ausführungen für die Konsumgenossenschaften klingen, so enthalten sie doch das Zugeständnis, dass der private Kleinhandel keine Hemmungen zu haben bräuchte, der Konsumgenossenschaftsbewegung das freie Selbstbestimmungsrecht für die Eröffnung neuer Läden zu belassen, zumal ihre Loyalität in der Wahrung eines gesunden Wettbewerbs und in der Einhaltung vertraglicher Abmachungen gerade von Gewerbeseite wiederholt offen anerkannt worden ist. Und im übrigen werden die Konsumgenossenschaften die freundliche Mahnung — ohne deren Berechtigung allerdings anerkennen zu können —, in ihrer Preispolitik aktiver, initiativer, den Konsumenten eine billigere Versorgung zu verschaffen und damit die Ersten zu sein, zur Kenntnis nehmen. Solch aufmunternde Zurede von prominenter gewerblicher Seite merkt man sich gewiss gerne.

Doch um eine Gesundung der Wettbewerbsverhältnisse auf wirtschaftlichem Wege geht es ja heute gar nicht mehr. Das gesamte Konkurrenzproblem soll nicht mehr wirtschaftlich, sondern *politisch* gelöst werden. Offenbar hoffen massgebende Führer des privaten Kleinhandels, dass das gesamte Gewerbe ihnen Gefolgschaft leisten wird. Sie werden sich gewiss schwer täuschen.

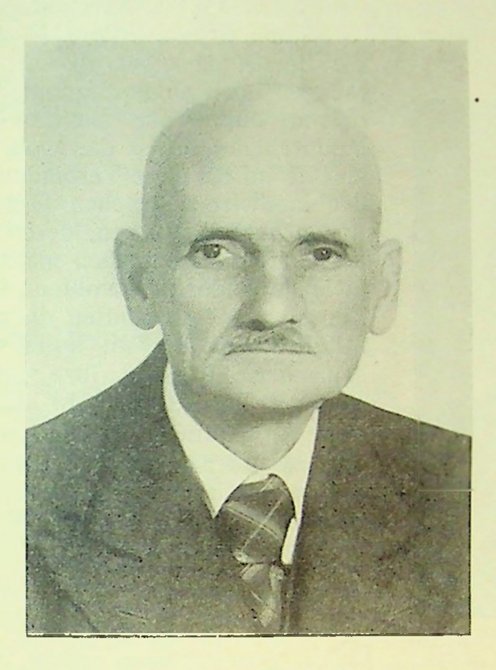
Der Grad der Loyalität und Vernunft ist in weiten Gewerbekreisen bedeutend höher, als er bei gewissen Spitzen eingeschätzt wird.

Es besteht an vielen Orten ein gutes Verhältnis zwischen Konsumgenossenschaft und Gewerbe, das die sichere, prompte Bezahlung der Aufträge, die Reservierung der Aufträge für die örtlichen Handwerker zu schätzen weiss. Die Konsumgenossenschaften sind zu stark in allen Kreisen des Schweizervolkes verankert, als dass dieses auf eine solche *kommerzialisierte Politik* hereinfallen würde. Es hat es auch nicht in den 30er Jahren getan, als die damalige Mittelstandsbewegung die Zeit für ihre Ernte besonders reif erachtete. Die Konsumgenossenschaften werden getreu ihren dem Wohl der Allgemeinheit dienenden Grundsätzen, die bestem, auf unserem Boden seit vielen Jahrhunderten heimischen Gedankengut entsprechen, fortfahren, durch ihre *sachlichen Leistungen* zu beweisen, wo die wahren Interessen des Volkes vertreten werden. r.

† Henri Hertig

Präsident der Verwaltung der Genossenschaftsmühle in Rivaz

In Henri Hertig hat am 14. August die Genossenschaftsbewegung einen Pionier verloren. Henri Hertig, der 1878 geboren wurde, gehörte zu den Gründern einer der Lausanner Konsumgenossenschaften, aus der im Jahre 1908 durch Fusion die heutige «Konsumgenossenschaft Lausanne und Umgebung» hervorging. Als Ingenieur konnte Henri



Hertig der aufstrebenden Genossenschaft, in deren Verwaltungsrat — wiederholt als Präsident — er wirkte, grosse Dienste leisten. 1917 wurde er in die Verwaltung der Genossenschaftsmühle in Rivaz berufen. Von 1929 bis zum Februar 1946 war er deren Präsident und leitete als solcher auch die Direktion der Mühle. Wenn heute die welschen Genossenschafter eine der modernsten Mühlen der ganzen Schweiz besitzen, so ist dies einem guten Teil der Initiative von Henri Hertig zu verdanken.

Henri Hertig war ein überzeugter Genossenschafter. Seine Voten hatten grosses Gewicht. Trotz seiner starken Inanspruchnahme und seiner schwachen Gesundheit war Henri Hertig ein treues Mitglied des genossenschaftlichen Studienzirkels von Pully.

Die Gedenkansprache anlässlich der Beerdigungsfeier am 16. August in Lausanne hielt im Namen des Verwaltungsrates der Mühle Herr Ch.-M. Perret. Dieser wies u. a. auf die grossen Verdienste des Verstorbenen für die Genossenschaftsmühle hin. Henri Hertig betrieb vor 30 Jahren zusammen mit einigen andern Personen den Kauf der alten Moulin Grellet und nahm so grossen Anteil an der Gründung der Genossenschaftsmühle am 19. März 1917. «Henri Hertig war ein grosser und guter Genossenschafter in der vollen Bedeutung dieses Wortes.»

Die schweizerische Genossenschaftsbewegung bezeugt der Trauerfamilie herzlich ihr Beileid und wird dem verdienten Genossenschafter ein dankbares und ehrendes Andenken bewahren.

USA-Methoden zur Leistungssteigerung im Detailhandel

* Das Wirtschaftsleben eines Volkes wird wohl nirgends eindrücklicher vordemonstriert als durch die Anstrengungen der amerikanischen Handelskammer, einen pflichtbewussten und kenntnisreichen Nachwuchs an Detailhändlern aller Branchen heranzubilden, wobei namentlich auch an die jungen Kriegsteilnehmer gedacht wird, die nun wieder ins Zivilleben zurückkehren. Eine ausserordentlich reichhaltige Literatur, die Dutzende von Bänden umfasst, wird den Interessenten zur Verfügung gehalten. Auskunftsstellen stehen in allen Landesteilen zur Raterteilung und Hilfeleistung bereit, und ganze Serien von Leitsätzen und Darstellungen werden herausgegeben, um die Berufsfreude und die praktischen Kenntnisse des Kleinhandelsstandes zu mehren.

Wenn die amerikanische Handelskammer so grosse Anstrengungen macht zur Heranbildung eines tüchtigen Detailhändlerstandes, so stehen dabei sehr wichtige praktische Erwägungen im Hintergrund, nämlich vorab die Tatsache, dass es gilt, für die ungeheure durch die Umstellung der Kriegs- auf die Friedensproduktion zu erwartende Mehrproduktion von Konsumgütern den Absatz zu sichern. Was — wird gefragt — werden wir anfangen mit einer Warenmenge, die um etwa 50% diejenige der besten Vorkriegsjahre übersteigen dürfte? Nachdem jahrelang die möglichst intensive *Steigerung der Produktion* das Hauptproblem bildete, tritt nun die *Förderung des Absatzes* an die erste Stelle. Der Handel muss die Kunst des Verkaufens bis in die feinsten Finessen erlernen und die Kauflust des Publikums in bisher unbekanntem Mass zu steigern trachten.

Zur Erreichung dieses Zieles werden von den Experten der Handelskammer folgende Mittel vorgeschlagen:

1. Leistungssteigerung des heutigen Verkaufspersonals durch Trainingskurse; Wiedereinführungskurse für aus dem Kriegsdienste zurückkehrende frühere Handelsangestellte und ihre Wiedereingliederung in den Verteilungsdienst; Zusammenarbeit mit Schulen, Kollegien und Universitäten zum Zwecke der Heranbildung einer Elite künftiger Verkäufer.

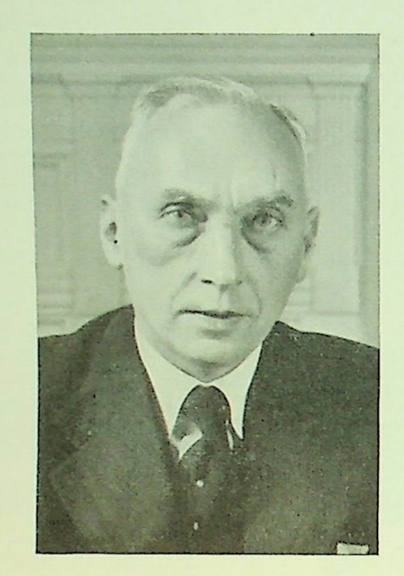
2. Ausfindigmachen neuer Methoden im Verkaufsdienst, verbesserter Ladeneinrichtungen usw. sowie neuer, für den Massenabsatz geeigneter Produkte; Verbesserung und Intensivierung der Propaganda.

3. Aufklärung des Publikums im Sinne eines besseren Verständnisses für die Bedeutung des Detailhandels in der Volkswirtschaft; verständnisvolles Zusammenarbeiten von Leitung und Angestellten; Sicherstellung des Personals in sozialer Hinsicht (Lohn, Behandlung, Anerkennung guter Leistungen; Versicherung gegen Risiken).

In bezug auf das Verhältnis zwischen Leitenden und Ausführenden wird empfohlen, die Verantwortlichkeiten jedes einzelnen genau zu umschreiben, jeden Angestellten über die Art und Aufgabe seines Betriebes und seine Rechte und Pflichten darin genau zu unterrichten und ihn auf dem laufenden zu halten über in Aussicht genommene Veränderungen im Betriebe und dessen Leitung. Häufige Besprechungen über die Vorkommnisse, Entgegennahme und Prüfung von Vorschlägen über einzuführende Verbesserungen sind unerlässlich.

Fortschritt auch bei den lokalen dänischen Konsumgenossenschaften

Dänemark hat nicht soviel Einwohner wie die Schweiz, auch nicht so viele Genossenschaftsmitglieder, aber *weit über dreimal mehr Konsumgenossenschaften*, die dem unserem V. S. K. entsprechenden FDB angeschlossen sind. Ueber 1870 Einzelkonsumgenossenschaften sind über das ganze Land hin verstreut und dienen allen Schichten des dänischen Volkes. Vorwiegend sind sie jedoch Organisationen der *dänischen Bauernschaft*. In der Hauptstadt Kopenhagen hält es gar nicht so leicht, einen Genossenschaftsladen ausfindig zu machen. Wer in Basel oder Zürich auf eigene Faust genossenschaftlichem Wirken nachgehen will, wird bald Läden des ACV oder des LVZ entdecken und ihnen auch immer wieder begegnen. Die dänische Konsumgenossenschaftsbewegung ist in allererster Linie in den ländlichen Ortschaften zuhause: und das mag weitgehend erklären, dass das Bedürfnis nach Selbständigkeit besonders stark entwickelt ist und die Kleinheit der einzelnen Genossenschaften die gesamte Bewegung charakterisiert. Ein ziemlich dichtes Netz von Lagerhäusern des Grosseinkaufsverbandes sorgt allerdings dafür, dass trotz der ausgesprochenen Dezentralisation die Erfordernisse einer rationellen Warenvermittlung erfüllt werden.



Frederik Nielsen
Erster Direktor der engeren Geschäftsleitung des FDB.

Die naturgemässe Stagnation der Kriegsjahre dürfte in den einzelnen Genossenschaften nun wieder einem fühlbaren Schritt nach vorwärts weichen. Es fehlte nicht nur an Waren, auch die Mitgliederwerbung war unterbunden. Die 427 000 Mitglieder kauften 1944 für 418 Millionen Kronen Ware. — Wenn die Bewegung trotz all der Hemmungen noch einigermassen befriedigend durch die Besetzungszeit hindurchkam, so ist das wohl nicht zuletzt auf die enge Verbindung mit den landwirtschaftlichen Organisationen zurückzuführen, deren Gegnerschaft die Deutschen nicht noch mehr herausfordern wollten. In den Konsumgenossenschaften, die nur an Mitglieder verkaufen, konnten die deutschen Soldaten ihre grossen privaten Einkäufe nicht tätigen. Genossenschaften, die keine allgemeine Handelserlaubnis hatten, wurden vom Gesetz geschützt, wenn sie durch eine Aufschrift an ihrer Türe bekanntgaben:

«Konsumverein!
Verkauf nur an Mitglieder.»

Die *Illustrationen* geben einige Aspekte von der modernen, fortschrittlichen Einstellung, die auch die dänische genossenschaftliche Detailwarenvermittlung beherrscht. Für das einkaufende Mitglied bequeme, freundliche, saubere Gestaltung des Ladeninneren und ansprechendes Ladenäussere bilden auch hier eine Einladung an jedermann, für den Wareneinkauf ständig ein- und auszugehen.



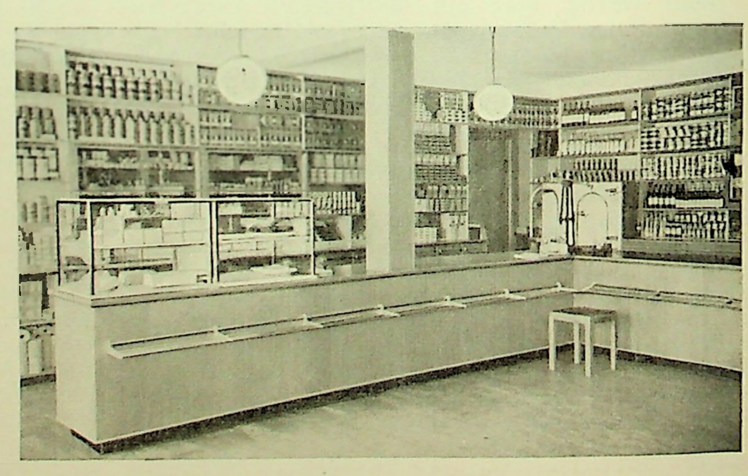
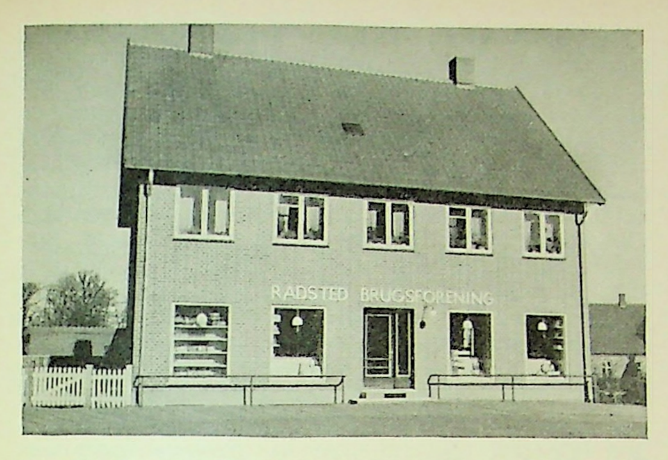


Bild links: *Wer die modern gestaltete Eingangshalle zum Zentralgebäude des FDB (siehe «S. K.-V.», Nr. 32) betritt, hat Gelegenheit, während der Wartezeit diese dänische Landkarte zu studieren. Die kleinen dunklen Punkte stellen sämtliche Konsumgenossenschaften dar, die dem FDB angeschlossen sind.* — Bild rechts: *Blick in einen Genossenschaftsladen auf dem Lande.*





Fassaden von Genossenschaftsläden in einem ländlichen Distrikt und in einer kleineren dänischen Stadt.

Man beachte auch die vielen Blumenstöcke hinter den Fenstern der oberen Stockwerke. Selbst in Kopenhagen hält es ausserordentlich schwer, Fenster ohne Blumenschmuck zu finden. Bis hinauf ins fünfte und sechste Stockwerk, ja in die Mansarden gehört der Blumenstock bei jedem Fenster zur Selbstverständlichkeit.

Die Selbstbedienungsläden

scheinen in den Vereinigten Staaten an Beliebtheit zu gewinnen, und es bestehen bereits Firmen, die sich auf deren Einrichtung spezialisiert haben. Wer weiss, ob nicht der immer fühlbarer werdende Personalmangel auch bei uns Veranlassung geben wird, mit solchen Läden Versuche anzustellen.

Einem Prospekt der Kolonial- und Backwarenfirma Kroger AG in Cincinnati entnehmen wir die folgenden Angaben über die Einrichtung ihrer Selbstbedienungsläden:

Das Verkaufslokal misst 50 zu 140 Fuss (1 Fuss = 30½ cm) in der Fläche, bietet also reichlich Raum für das Anbringen von Schäften längs der Wände und im Rauminnern. Beim Eingang, der nur zu diesem Zwecke benutzt werden darf, kann der Kunde allfällige leere Flaschen und dergleichen abgeben und erhält für den Gegenwert einen Gutschein. Er nimmt ein Fahrgestell für seinen Einkaufskorb in Empfang und gelangt vorerst in die Abteilung für *Kolonialwaren,* wo auf Gestellen, nach Warenkategorien geordnet und durch grosse Aufschriften leicht auffindbar gemacht, die in Gläsern und Büchsen verpackten Waren übersichtlich geordnet sind. Die Preise sind immer deutlich angeschrieben.

Nach Entnahme der gewünschten Waren gelangt man in die Abteilung für *Milch und Milchprodukte.* Ein 10 Fuss breiter Kühlkasten enthält in Scheiben geschnittenen Speck, Hefe, Margarine, Butter, Eier, Milch und Rahm.

Von hier geht es in die *Metzgereiabteilung.* Da finden sich die Auslagen für kaltes gekochtes Fleisch, Sandwichfleisch, Schinken, Speck, Rind-, Kalb- und Hammelfleisch, Rauchfleisch usw.

Geflügel und Fische schliessen sich an, mit Vorrichtungen zur Zubereitung. Nach erfolgter Auswahl wird die Ware an Ort und Stelle verpackt und angeschrieben. Für die Abfälle ist ein Schacht vorhanden.

Nun gelangt der Käufer in die *Produktenabteilung.* Früchte und Gemüse, Kartoffeln usw. sind übersichtlich geordnet, werden nach erfolgter Auswahl abgewogen, verpackt und angeschrieben.

Es folgt die Abteilung für *Toilettenartikel,* Seifen, Putzartikel, *Haushaltgegenstände* und dergleichen. Sie ist von den Nahrungsmitteln getrennt.

Kojen für Mehl, Grütze, Zerealien schliessen sich an. Diese gewöhnlich unhandlichen und gewichtigen Artikel befinden sich in der Nähe des Ausgangskontors.

Bäckereiprodukte, Kaffee, Zuckerwaren, in Cellophan verpackte *Trockenfrüchte* und *Gefrierartikel* sind im zentralen Teil der Halle ausgestellt, ebenfalls in der Nähe des Ausgangskontors.

Nach beendigter Einkaufstour legt der Kunde den Inhalt seines Korbes auf einem Tisch aus, wo der Betrag addiert und einkassiert wird. Das Fahrgestell wird abgegeben, und der Kunde verlässt das Lokal durch eine Türe, die nur für den Ausgang bestimmt ist.

Zweifellos bietet diese Art der Selbstbedienung nicht unbeträchtliche Vorteile. Das *Einwegsystem* an den verschiedenen Waren vorbei verhütet das Durcheinanderrennen der Verkäuferinnen, die bei unserem gewohnten Ladensystem hin- und herspringen müssen, um aus den oft weit auseinanderliegenden Gestellen und aus dem Keller die gewünschten Gegenstände herbeizuschaffen. Die Käufer ihrerseits werden beim Durchschreiten der Abteilungen mit den ausgestellten Waren an allfällig nicht im Gedächtnis behaltene Artikel erinnert, und Rechenfehler werden eher vermieden, wenn nur an einer Stelle ausgerechnet wird. *Auch fallen das lästige Warten auf Bedienung und der Kampf um die Reihenfolge weg.* Es kann sich höchstens beim Ausgang, wo die Rechnung erstellt wird, eine Stauung ergeben, aber es ist hier leichter, die Reihenfolge innezuhalten.

Das Heranbringen frischer Waren geschieht während der Nacht, resp. zu Zeiten, wo kein Verkauf stattfindet. Die Verkaufsabteilung ist getrennt vom Warenlager und Nachlieferungsdienst. Die Kühlräume können von einem ausserhalb des Verkaufslokals unmittelbar hinter den Abgaberäumen befindlichen Lokal aus nachgefüllt und die Restwaren entfernt werden. Am frühen Morgen, vor der Ladenöffnung, werden die Gestelle aufgefüllt, eventuell kann dies, bei unerwartet raschem Verkauf einzelner Artikel, auch während der Verkaufszeit geschehen.

Die Fleischlieferungen werden beim Heranbringen kontrolliert, gewogen und dem Metzger nach Gewicht und Qualität berechnet und dann in den Herrichtungsraum verbracht. Die Lokale sind so angeordnet, dass jede Zeit- und Kraftverschwendung

vermieden wird. Das Fleisch gelangt dann in den Kühlraum. Vor dem Verkauf wird es gewaschen und zum Ausstellen hergerichtet. Alle Abfälle gelangen in den Abfallschacht in der Mitte des Raumes, und eine rings um das Lokal laufende Rinne führt das für die Reinigung des Lokals und das Waschen der Ware verwendete Wasser ab.

Die Firma Kroger gibt auch genaue Anweisung für die bei der Einrichtung des Lokals und der Gestelle zu verwendenden Materialien, wie auch eine detaillierte Zeichnung für die Anordnung der Schäfte sowie für die Heizungs- und Beleuchtungseinrichtungen.

Das Verhältnis des Genossenschafters zur Genossenschaft

Im 56. Heft der Genossenschaftlichen Volksbibliothek veröffentlicht der Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) eine neue Studie von Hans *Handschin*, der diesmal den Beziehungen des Genossenschafters zur Genossenschaft eine eingehende Untersuchung widmet. Auf den 61 Seiten der im neuen, handlichen Format herausgegebenen Broschüre hat es der Verfasser in meisterhafter Art und Weise verstanden, das ungemein wichtige Diskussionsproblem der Herbstkreiskonferenzen von 1945, unter Heranziehung von Vortragsdispositionen, Vorträgen, Diskussionsvoten sowie Berichten der Kreisversammlungen, gründlich zu überarbeiten und die mannigfaltigen Fragen, die daraus resultieren, zu beleuchten und abzuklären. Dr. H. Faucherre hebt im Vorwort zusammenfassend noch einmal die Aufgabe des Autors hervor und fügt bei, dass die Arbeit den Mitgliedern der Studienzirkel, Frauenvereinen, Jugendgruppen, Vereinsvorständen als fruchtbringende Diskussionsgrundlage dienen soll.

In den einleitenden Abschnitten über die allgemeine Entwicklung und das Wesen der Genossenschaften weist der Verfasser auf den Doppelcharakter der Genossenschaft hin. Im Gegensatz zum Schweizerischen Obligationenrecht (Art. 828 OR), wonach Voraussetzung für eine Genossenschaft ist, dass sie eine Personengemeinschaft, nicht aber auch, dass sie mit dem Betrieb eines wirtschaftlichen Unternehmens verbunden sei, besteht nach seiner Auffassung «das ureigentliche Wesen der Genossenschaft gerade in der Verbindung von Personengemeinschaft und Wirtschaftsunternehmen». An anderer Stelle (Seite 19) führt der Verfasser aus, nachdem er eingehend den Begriff «Personengemeinschaft» umschrieben und an gutfundierten Beispielen erläutert hat, dass jegliche wirtschaftliche Tätigkeit nicht Selbstzweck sein dürfe, sondern dass sie im Interesse der Mitgliedschaft ausgeübt werde, wobei er das Prinzip von Charles Gide in Erinnerung ruft: «Eine Genossenschaft, die nichts als ein Geschäft ist, ist ein schlechtes Geschäft.»

In einem besondern Abschnitt betrachtet der Verfasser «Die Mitglieder in ihrer Gesamtheit», wobei er einmal über «Die Generalversammlung in der kleineren und mittleren Genossenschaft», sodann über den «Ersatz für die Generalversammlung in der grösseren Genossenschaft» und weiter über «Andere Möglichkeiten zur Festigung des Verhältnisses zwischen Genossenschafter und Genossenschaft» Aufschluss erteilt.

Von ganz besonderem Interesse sind die Ausführungen über die Ladengemeinschaften.

Im 4. Abschnitt, betitelt «Sonderorganisationen der Mitgliedschaft», werden die Frauenvereine, Jugendgruppen (beides ständige Einrichtungen) und die Studienzirkel dargestellt. Für diese Institutionen ist in erster Linie die Arbeit von Hans Handschin gedacht, aber auch Genossenschaftsräte, Verwaltungsräte, Vorstandsmitglieder, Personalzusammenschlüsse und noch viele andere greifen mit grossem Gewinn zu dieser Broschüre, die der Verfasser wie folgt abschliesst: «So wünschbar es auch ist, dass die in dieser Schrift geäusserten Gedanken von allen irgendwie in Betracht fallenden Instanzen gründlich durchberaten werden, so notwendig ist es, dass es mit dem Diskutieren nicht sein Bewenden hat, dass den Worten Taten folgen.» R. A-i.

Verschiedene Tagesfragen

Label und Gesamtarbeitsvertrag. In den jüngst erschienenen Label-Mitteilungen wird hierzu u. a. ausgeführt:

«In den Statuten der Schweizerischen Label-Organisation wird deren Zweck wie folgt umschrieben: ‚Die SLO bezweckt eine soziale Lohngestaltung im Sinne menschlich gerechtfertigter Arbeitsbedingungen für Arbeiter und Angestellte.' Dieser Zweck soll erreicht werden durch die Förderung des Gedankens der wirtschaftlichen und sozialen Verbundenheit innerhalb der Betriebe und der Volksgemeinschaft; durch die Verleihung des Labels an Unternehmen und für Waren bei Erfüllung bestimmter minimaler Arbeits- und Lohnbedingungen und durch die Aufklärung der Konsumenten über ihr Eigeninteresse an den Labelbestrebungen.

Die Zielsetzung hat die Label-Organisation mit den Gewerkschaften gemeinsam. Auch die Gewerkschaften erstreben eine sozial gerechte Gestaltung der Lohn- und Arbeitsverhältnisse, nicht nur für ihre Mitglieder, sondern für die gesamte Arbeitnehmerschaft. Die Mittel aber, durch welche die Gewerkschaften dieses Ziel erreichen wollen, sind verschieden von denjenigen der SLO. Diese Verschiedenheit der zur Anwendung gelangenden Mittel ist bedingt durch den unterschiedlichen Charakter der beiden Organisationen: Die SLO ist eine paritätische Organisation von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und Konsumenten. Die Gewerkschaften dagegen sind einseitige Interessenverbindungen von Arbeitnehmern. Es versteht sich deshalb von selbst, dass die SLO diejenigen Mittel zur Anwendung bringt, die allen in ihr vereinigten Gruppen gemeinsam sind, und dass die Gewerkschaften anderseits ihr Ziel durch diejenigen Mittel erreichen wollen, die ihrem besonderen Charakter entsprechen.

Wenn der Gesamtarbeitsvertrag als Mittel zur Verwirklichung einer sozialen und gerechten Regelung der Arbeitsverhältnisse im Vordergrund steht, so hat sich doch die SLO nicht mit ihm zu befassen. Er ist ein gewerkschaftliches Requisit, seine Postulierung, seine Verwirklichung und seine Handhabung obliegen allein den Arbeitnehmer- und Arbeitgeber-Organisationen. Die SLO hat die Pflicht, das Vorhandensein von labelwürdigen Lohn- und Arbeitsbedingungen ungeachtet des Bestehens oder Fehlens eines solchen Vertrages in objektiver Weise festzustellen und je nach dem Ergebnis die Führung der sozialen Marke zu bewilligen oder zu verweigern. Keinesfalls kann das Bestehen eines Vertrages an und für sich schon für die Erteilung des Labels genügen. Anderseits kann die SLO aber auch nicht den Abschluss eines Gesamtarbeitsvertrages zur Bedingung für die Label-Erteilung machen. Würde sie einer solchen Forderung — falls sie von gewerkschaftlicher Seite erhoben würde — nachgeben, so könnten von Arbeitgeberseite mit Recht ähnliche Forderungen, z. B. gewerbepolitischer Natur, erhoben werden. Das aber würde zu einer völligen Verfälschung der Label-Idee führen.

Es erhebt sich nun die Frage, ob nicht eine weitgehende Verwirklichung des Vertragsgedankens das Label überflüssig machen würde. Wir sind der Ansicht, dass dies nicht der Fall ist; zudem sind wir heute noch lange nicht an dem Punkte angelangt, wo sich eine eingehende Prüfung dieser Frage aufdrängen würde. Jedenfalls ist eines sicher:

Der Betrieb, der mit der zuständigen Gewerkschaft einen Gesamtarbeitsvertrag abgeschlossen hat, ist nach wie vor an der Führung der sozialen Marke interessiert.

Denn das Bestehen eines Vertrages ist im allgemeinen nur den beteiligten Partnern bekannt. Das Label dagegen wendet sich vor allem an einen Dritten: an den Konsumenten. Er soll durch die soziale Marke darauf aufmerksam gemacht werden.

dass die in Frage stehende Firma ihren Arbeitern und Angestellten sozial fortschrittliche Lohn- und Arbeitsbedingungen gewährt, und aufgefordert werden, den Produkten oder Dienstleistungen solcher Firmen vor anderen den Vorzug zu geben. Die SLO handelt also gewissermassen als Beauftragte und Treuhänderin des Arbeitgebers, des Arbeitnehmers und des Konsumenten. Diese Funktion ist jedenfalls so lange unentbehrlich, als nicht durchwegs und in definitiver Art und Weise eine völlig gerechte Verteilung des Wirtschaftsertrages unter allen Volksklassen erreicht und sichergestellt ist.

Aktuelle Bäckerprobleme. Der am 11. August in Zürich tagende Zentralvorstand des Schweiz. Bäckerei- und Konditoreipersonalverbandes nahm zu verschiedenen Berufs- und Wirtschaftsproblemen wie folgt Stellung:

1. *Berufsabwanderung.* Die Tatsache, dass sehr viele gelernte Arbeitskräfte des Bäcker- und Konditorengewerbes den Beruf aufgeben, um Stellen als Hilfsarbeiter anzutreten, veranlasst den Zentralvorstand, die Arbeitgeberschaft darauf aufmerksam zu machen, dass durch strikteste Einhaltung der Vertragsbestimmungen und durch Erhöhung der Löhne und Ausrichtung von Sonderzulagen die Berufsabwanderung wirksam eingeschränkt werden kann. Der Zentralvorstand richtet an die Meisterschaft den Appell, den Arbeitern weitgehend entgegenzukommen, und beschloss, Betriebe von Arbeitgebern, welche die Vertragsbestimmungen nicht einhalten, zu sperren und die Arbeiter vor dem Stellenantritt zu warnen.

2. *Ausländische Arbeitskräfte.* Es wird den zuständigen Bundesbehörden und Arbeitsämtern empfohlen, die Einreise von gelernten Arbeitskräften nur im Austausch zu bewilligen, da genügend Arbeitskräfte vorhanden sind, sofern es gelingt, die Berufsabwanderung zu stoppen.

3. *Lohn- und Preispolitik.* Der Zentralvorstand ist der Ansicht, dass die gegenwärtige günstige Beschäftigungslage nur dann aufrechterhalten werden kann, wenn eine vernünftige Lohn- und Preispolitik betrieben wird. Es soll vor allem darnach getrachtet werden, dass die Arbeiterschaft einen möglichst grossen Anteil am günstigen Geschäftsgang erhält. Es muss aber nach Möglichkeit vermieden werden, dass gewährte Lohnerhöhungen durch Preiserhöhungen wieder illusorisch gemacht werden.

4. *Gewerbe und Genossenschaft.* Der Verband, dessen Mitglieder zu 90 % in den gewerblichen Betrieben tätig sind, ist der Ansicht, dass das Bäcker- und Konditorengewerbe so rasch als möglich eine *Verständigung mit den Genossenschaftsbetrieben* suchen solle, da durch das Wegfallen des Warenhausbeschlusses und der Bedürfnisklausel der Eröffnung von Betrieben und Filialen wieder Tür und Tor offen stehen. Nachdem die bisherigen Verhandlungen zwischen den Genossenschaften und dem Gewerbeverband negativ verlaufen sind, sollten *die einzelnen Berufsgruppen* von sich aus versuchen, Abkommen mit den Genossenschaften und Grossbetrieben über die Frage der Neueröffnung von Betrieben, der Preisfestsetzung und der Rückvergütung abzuschliessen.

5. *Nachtarbeit und Sonntagsbackverbot.* Der Zentralvorstand ist der Ansicht, dass die Arbeiterschaft grundsätzlich am 4-Uhr-Beginn festhalten soll und dass insbesondere die vom Parlament am 16. März 1929 gutgeheissene Motion massgebend ist, die den Bundesrat einlädt, einen Gesetzesentwurf einzubringen, durch den die Arbeitsruhe auf die Zeit zwischen 20 und 4 Uhr festgesetzt wird. Der Gesetzesentwurf soll gleichzeitig ein generelles Sonntagsbackverbot enthalten.

Der Zentralvorstand begrüsst ferner die Einführung der Alters- und Hinterlassenen-Versicherung und tritt besonders für die Förderung der Berufsgemeinschaft ein.

Volkswirtschaft

Die schweizerische Ernährungsindustrie und die ausländische Konkurrenz

*Die Ernährungsindustrie der Schweiz geht wahrscheinlich einer Epoche entgegen, die sie vor eine viel grössere ausländische Konkurrenz stellt, als sie diese bis anhin gekannt hat. Die Fortschritte in der Industrialisierung der menschlichen Ernährung, wie sie aus den USA, aber auch aus anderen Ländern gemeldet werden, werden diese modernsten Industriestaaten in voraussichtlich kurzer Zeit zwingen, ihre industriellen Nährmittel zu exportieren. Schon die naturgegebene Tatsache des relativ niederen Optimums im Konsum von Nahrungsmitteln bei nicht ausgenützter Kapazität zwingt ein Unternehmen sehr rasch zum Export. Industrien mit stark dehnbarem Verbrauch (Haushaltgegenstände, Möbel, Textilien usw.) können den Bedarf im eigenen Land bei vorhandener Kaufkraft durch allerlei propagandistische Mittel steigern, was bei der Ernährungsindustrie nur in kleinerem Masstabe möglich ist. Man kann deshalb jetzt schon voraussehen, dass angesichts der *Erweiterung der Nahrungsmittelindustrien in den USA* diese sich in wenigen Jahren zu einer *Exportoffensive* grossen Stiles gezwungen sehen, wenn sie ihre teilweise überhöhte Kapazität ausnützen wollen. Die Transportschwierigkeiten spielen keine entscheidende Rolle, wenn heute schon Projekte diskutiert werden, schweizerische Hotels durch USA-Konzerne aufzukaufen und sie fortlaufend mit Transportflugzeugen direkt aus den Vereinigten Staaten mit allen Nahrungsmitteln und Bedarfsartikeln zu versorgen. Wir werden uns in wenigen Jahren auf den schweizerischen Markt einem grossen Angebot amerikanischer Nahrungsmittel gegenübersehen. Der schweizerische Markt ist zwar relativ klein und unbedeutend; er wird aber für die USA vor allem wegen der hohen Kaufkraft des schweizerischen Konsumenten interessant.

Diesen Konkurrenzkampf kann die schweizerische Nahrungs- und Genussmittelindustrie nur bestehen, wenn ihre Produktionsbedingungen nicht künstlich erschwert werden. Sie ist schon in anderer Hinsicht handikapiert; denn die Rationalisierung des Produktionsprozesses ist in der Schweiz nicht so weit fortgeschritten wie in den Vereinigten Staaten und wie es vielleicht in einigen Jahren auch in anderen europäischen Ländern der Fall sein wird. Dies bedingt, dass die *Voraussetzung für den Rohstoffeinkauf* günstig sein müssen; denn die Ernährungsindustrie kann sich auch nicht darauf verlassen, dass sie einen für alle Produkte gültigen starken Zollschutz geniessen wird. Da die USA umgekehrt einen der wichtigsten Absatzmärkte unserer Exportindustrie darstellen, wird es ausgeschlossen sein, etwa zugunsten der Nahrungs- und Genussmittelindustrie besondere Protektionszölle zu dekretieren.

Der Gross- und Kleinhandel in den USA

Nach statistischen Erhebungen, die allerdings aus dem Jahr 1939 stammen, waren damals insgesamt 1 770 355 Firmen im Detailhandel tätig, davon 184 000 in der Manufakturwarenbranche. Im Durchschnitt entfiel auf je 74 in den Vereinigten Staaten lebende Personen ein Detailhandelsbetrieb. Von 1929 bis 1939 stieg deren Zahl von 1 476 000 auf 1 770 000. Die grösste Vermehrung fand statt in den Kleinstädten unter 2500 Einwohnern und in den Landgemeinden.

Im Jahr 1939 hatte der Grosshandel einen Gesamtumsatz von 55 Billionen Dollars, während der Umsatz der Detailhandelsfirmen 42 Billionen Dollars betrug. Kaum zwei Fünftel des Umsatzes der Grosshandelsfirmen entfallen auf die Verkäufe an Detailhändler. Ungefähr ein Drittel entfällt auf industrielle Verbraucher, ein Fünftel auf andere Grosshändler, der Rest wurde exportiert oder ging direkt an die Konsumenten.

Im Grosshandel waren in 200 000 Firmen 1 700 000 Personen beschäftigt mit einer Lohnsumme von 2 600 000 000 Dollars. Im Verkaufsdienst waren 28 % des Personals tätig, in Lagerhäusern 21 %, in den Büros und der Verwaltung 22 %, in leitenden Stellen 7 % und in andern Stellen 22 %.

52 % des Gesamtumsatzes im Grosshandel entfielen auf die 13 Grosstädte mit je über 500 000 Einwohnern; auf die Kleinstädte mit 50 000 bis 100 000 Einwohnern traf es 11 343 Grosshandelsfirmen, die zusammen 116 000 Personen beschäftigten.

Von insgesamt 45 166 000 werktätigen Personen waren 6 383 000 im Detailhandel beschäftigt; dazu kamen noch ungefähr eine Million Personen, die entweder als Familien-

angehörige ohne regelmässigen Lohn oder als Ladeninhaber tätig waren. Weitere 2 225 000 Personen waren im Vermittlungsdienst von Hotels. Vergnügungsetablissementen. Tankstellen und andern in direktem Verkehr mit dem Publikum stehenden Etablissementen tätig.

Mehr als die Hälfte aller Detailbetriebe (54.2 %) hatten weniger als 10 000 Dollars Jahresumsatz. 29.5 % erzielten Umsätze zwischen 10 000 und 30 000 Dollars.

753 000 oder 42.6 % aller Detailläden wurden vom Betriebsinhaber allein oder mit Hilfe unbezahlter Familienglieder betrieben. In 1 356 400 oder 76.6 % der Läden waren nicht mehr als zwei bezahlte Angestellte beschäftigt.

Kurze Nachrichten

Was geschieht mit der schweizerischen Hochseeschiffahrt? Der Bund beabsichtigt nicht. nach Normalisierung der Verhältnisse im Seetransportwesen die Hochseeschiffahrt weiter zu betreiben und Bundesgelder in der Schiffahrt zu investieren. Die vorhandenen vier Bundesschiffe sollen bestmöglich veräussert werden.

Der Verband schweizerischer Seereedereien vertrat den Standpunkt. dass die schweizerische Seeschiffahrt nach dem Krieg auf privatwirtschaftlicher Grundlage und ohne Unterstützung des Bundes weitergeführt und ausgebaut werden solle.

Die Initiative «Recht auf Arbeit». Die Kommission des Ständerates zur Prüfung des Volksbegehrens des Landesringes betreffend das «Recht auf Arbeit» beschloss mit allen Stimmen bei einer Enthaltung. dem Ständerat die Verwerfung des Volksbegehrens zu beantragen. Die Kommission war der Auffassung. dass die am 5. April 1946 von den eidgenössischen Räten angenommenen Wirtschaftsartikel die im Volksbegehren berührten Fragen in umfassender Weise lösen.

Gründung des Verbandes Schweizerischer Schlachtviehproduzenten. Am 13. August traten in Brugg die Vertreter der bäuerlichen Genossenschaften für Schlachtviehverwertung aus allen Kantonen der Schweiz unter dem Vorsitz des Tagespräsidenten. Prof. Dr. Oskar Howald. und in Anwesenheit von Vertretern der eidgenössischen Behörden sowie der landwirtschaftlichen Spitzenorganisationen zur Gründungsversammlung einer schweizerischen Dachorganisation zusammen. Die Statuten wurden genehmigt und damit die Gründung des Verbandes Schweizerischer Schlachtviehproduzenten (Fédération suisse des producteurs boucherie) vollzogen. Die Statuten umschreiben als Zweck des Verbandes die Förderung des Schlachtviehabsatzes und die Durchführung besonderer Massnahmen auf dem Gebiete des Schlachtviehabsatzes.

Präsident wurde Nationalrat C. Clavadetscher. Dagmersellen. Dieser unterstrich die Notwendigkeit klarer Richtlinien auf dem Gebiet des Schlachtviehabsatzes. um zu einer Lösung zu kommen. die dem bäuerlichen Viehbesitzer und seiner Arbeit gerecht wird. d. h. volkswirtschaftlich schädliche Markt- und Preiszusammenbrüche vermeidet.

Anbau von Brotgetreide, Raps und Zuckerrüben 1946/47. Die derzeitigen Nachkriegsverhältnisse machen es notwendig. auch für das kommende Anbaujahr nochmals behördliche Anordnungen zu treffen. Die neuen Vorschriften sind jedoch unter Berücksichtigung der Versorgungsaussichten den gegenwärtigen Produktionsvoraussetzungen in der Landwirtschaft im Sinne einer gewissen Lockerung angepasst worden.

Beim Anbau von *Brotgetreide* musste den allgemeinen Versorgungsschwierigkeiten Rechnung getragen werden. Demgemäss wird für Brotgetreide die Anbaupflicht im bisherigen Rahmen aufrechterhalten. Grosse Bedeutung kommt wiederum auch dem Anbau von *Raps* und *Rüben* zu. der ebenfalls auf bisheriger Höhe gehalten werden soll. Der Bund sichert nochmals die Uebernahme der Ernte 1947 zu.

Schweizerische Farbstoffe für die polnische Textilindustrie sind kürzlich in einem ersten Transport in Polen eingetroffen.

Der schweizerische Stickereiexport hat im Juni dieses Jahres mit 7.6 Millionen Franken den vorläufigen Höchststand der Nachkriegszeit erreicht. In den letzten sieben Monaten wurden total für 42.3 Millionen Franken Stickwaren ausgeführt, was etwa 83 % des Vorkriegsexportes entspricht. Rund 90 % der technischen Einrichtungen sind heute wieder in Betrieb. die Aufnahme der vollen Produktion wird lediglich noch gehemmt durch die Schwierigkeiten der Einfuhr englischer und amerikanischer Garne. Die USA sind mit rund 40 % auch heute noch die besten Abnehmer der Stickereiindustrie. ihnen folgen mittel- und südamerikanische Staaten; in Europa sind als Käufer zu nennen Schweden, Portugal, Holland, Spanien, Frankreich und neuerdings auch England.

Gemäss den neuesten Ernteschätzungen in den USA wird sich die Brotgetreideernte der USA dieses Jahr auf 1 132 075 000 Scheffel oder 308 Millionen Doppelzentner stellen und diejenige des Mais auf 885 Millionen Doppelzentner. Solche Ernterekordzahlen wurden bis jetzt in den Vereinigten Staaten noch nie erreicht.

Rückgang der Oelpreise in der Türkei. Der Preis von Olivenöl ist pro kg um 10 Piaster zurückgegangen. Die übrigen Oelsorten werden pro kg mit 270 Piaster und filtriert mit 275 verkauft. Im vergangenen Jahre wurden dieselben Oelsorten noch pro kg mit 340 bis 350 Piaster verkauft. Man rechnet damit. dass die kommende Oelernte sehr gut sein wird, und man erwartet daher, dass sich der Oelpreis bis auf 150 Piaster pro kg senken wird.

Die amerikanischen Autos sind, nachdem es vom Preiskontrollamt bewilligt worden ist. wiederum 7 % teurer geworden.

Getreide wird verbrannt. In Argentinien sollen von zwei Elektrizitätswerken in den letzten Jahren über 4 Millionen Tonnen Getreide verbrannt worden sein, um damit elektrischen Strom zu erzeugen.

Die Ausfuhr italienischer Rohseide vom April 1945 bis Ende Juni 1946 betrug total 1012 Tonnen. Von dieser Menge hat die Schweiz 39 Tonnen bezogen.

Die Weizenernte soll — nach amerikanischen Berechnungen — nicht allein nur in den USA. sondern auch in Europa in diesem Jahre sehr günstig sein. Nach den in zwölf Ländern durchgeführten Erhebungen darf mit einer 30 % grössern Weizenernte in unserem Kontinent gerechnet werden.

1949, ein Jahr des Ueberflusses. Der Direktor der Internationalen Landwirtschafts- und Ernährungsorganisation, Sir John Boyd Orr, erklärte, die Welt würde im Jahre 1949 die furchtbarste landwirtschaftliche Krise erleben, wenn das nächste Jahr eine Rekordernte bringen sollte und keine Massnahmen zur Schaffung eines «Welternährungsamtes» ergriffen würden. Die Lebensmittelproduktion in Europa würde ihren Höchststand im Jahre 1949 erreichen, und die mangelhafte Kaufkraft müsste den Zusammenbruch der Preise hervorrufen.

Bata in Bulgarien. Die tschechischen Bata-Werke beabsichtigen. in Bulgarien in grossem Masstab Schuhe zu fabrizieren. Der bulgarischen Regierung wurde ein Projekt vorgelegt, das den Ausbau der Ortschaft Roman zu einer Industriestadt nach dem Vorbilde von Zlin bezweckt. Es ist eine Produktion von 20 000 Paar Schuhen täglich vorgesehen.

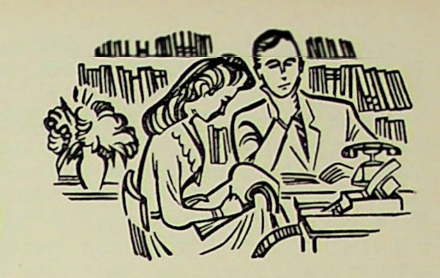
Frankreich wird Rheinwein exportieren. Wie die britische «Wine and Spirit Trade Review» feststellt. werden deutsche Weine von elsässischen Händlern aufgekauft, um ins Ausland geliefert zu werden. Die genannte Zeitschrift wendet sich gegen eine eventuelle Ursprungsverfälschung; doch ist von französischer Seite bereits versichert worden. dass die betreffenden Sorten nicht unter falscher Markenbezeichnung auf den britischen Markt gelangen sollen.

Die Produktion von Zigarettentabak ergibt in den Vereinigten Staaten dieses Jahr einen Rekordertrag von 1274 Millionen lbs., gegenüber 1172 Millionen lbs. im vergangenen Jahr. Um den letztjährigen Preis von 43,7 Cents per lb. halten zu können, wäre es nach der Ansicht der Tobacco Association notwendig, rund die Hälfte der Ernte zu exportieren. Dieses Jahr fallen jedoch erstmals die Pacht-Leih-Lieferungen aus. Grossbritannien wird dagegen einen gewissen Anteil seines Dollarkredits für Tabakkäufe reservieren. Die Preissituation ist aber auf alle Fälle gefährdet; die Leaf Tobacco Exporters Association hat einen Plan entworfen, der einen durchschnittlichen Minimalpreis von 32 Cents per lb. gewährleisten soll. Im kommenden Jahr soll die Anbaufläche, welche dieses Jahr den Rekordstand von 1 257 000 Acres erreichte, auf 1 141 000 Acres reduziert werden.

Nichtschrumpfende Wollwaren. In den Vereinigten Staaten wurden von der Warwick Chemical Co. das sogenannte Dur-Lana-Verfahren entwickelt, das die Herstellung nichtschrumpfender Wollwaren ermöglicht. Es besteht in der Imprägnierung des Garns oder der fertigen Gewebe mit einem Vinyl-Kunstharz. Sein Vorteil gegenüber anderen Verfahren soll darin bestehen, dass es relativ einfache Vorrichtungen verlangt und Nachbehandlungen überflüssig macht.



Für die PRAXIS



Weshalb im Betrieb das Vorschlagswesen organisieren?

Die Freude an der Arbeit hängt nicht allein von der Art der Arbeit ab, sondern auch die Einstellung des Arbeitenden selbst, zu seiner Beschäftigung und zu seiner Firma, sind wirkende Faktoren.

Sieht ein Mitarbeiter, dass seine Anstrengungen, seine Tüchtigkeit anerkannt werden, so wird er bestimmt eine andere Einstellung zu seiner Arbeit und zu seiner Firma haben, als wenn er einsehen muss, dass jede Aufstiegsmöglichkeit vermauert und ein Vorwärtskommen unmöglich ist. Man darf ruhig sagen, *der Hunger nach Anerkennung ist gewaltig und allgemein.*

Wer einen Einblick in die seelischen Vorgänge von Menschen erhält, wird überrascht sein, wie sehr viele unter einem Minderwertigkeitsgefühl in irgendeiner Form leiden. Auch Menschen, die behaupten, es sei ihnen vollständig gleichgültig, ob man sie lobe oder tadle, freuen sich über Anerkennung und sind bei Tadel verstimmt.

Auch gegen die Qualen des Minderwertigkeitsgefühls gibt es

keine bessere Medizin, als die Erklärung, man erwarte von den Mitarbeitern Verbesserungsvorschläge.

In seinem Buch «Betriebsführung für den Detailhandel» erzählt J. Zimmermann (S. 278) von einem erfolgreichen Bäcker, der seinen Erfolg lediglich darauf zurückführt, dass er seine Mitarbeiter aufforderte, Verbesserungen vorzuschlagen, und diese eingegangenen Vorschläge dann auch ausführte.

In einem grössern Betrieb, wo der Leiter des Unternehmens nicht mit jedem einzelnen Betriebsangehörigen in persönlichem Kontakt stehen kann, benötigt man zum Erfassen der Vorschläge aus dem Betrieb schon eine richtiggehende Organisation.

Dr. G. Grossmann lässt in seinem Buch «Vorgesetztenkunst» einen Arbeiter zu Wort kommen, der klagt: «Vorschläge für Verbesserungen usw. werden nie direkt anerkannt, sie müssen erst durch eine andere Quelle fliessen, und andere heimsen die Anerkennung ein.»

Ein Arbeiter macht eine Entdeckung, er arbeitet an dieser Entdeckung, er will einen Verbesserungsvorschlag machen, seine Phantasie malt ihm die schönsten Bilder, wie er gelobt wird und was es sonst für günstige Folgen für ihn haben könnte. Nachdem der Mann diesen Gedanken nun tage- und wochenlang mit sich herumgetragen hat, bringt er ihn schliesslich vor seinen Vorgesetzten, er offenbart diesem sein Geisteskind und sein Herz zugleich — und nun wird er inne, wie andere sich mit seinen Gedanken schmücken. Es entsteht ungefähr der gleiche Vorgang, wie wenn ein Automobil in voller Fahrt durch ein anderes Automobil oder durch einen Baum in seinem Zustand der Bewegung gestört oder gehemmt wird.

Damit wird natürlich gerade das Gegenteil von Mitarbeiterschaft erreicht. Die Mitarbeiter müssen in die unparteiische Handhabung des Prüfungs- und Entscheidungsverfahrens Vertrauen haben. Sie müssen Gewähr dafür haben, dass sie nicht Gefahr laufen, Missgunst der Vorgesetzten, Neid oder sonstige Nachteile zu erfahren, und dass sie für diesen ihren Eifer angemessen entlohnt werden.

An besonders sichtbaren und leicht zugänglichen Stellen sind *Briefkästen* zur Aufnahme solcher Verbesserungsvorschläge angebracht. Jeder Vorschlag wird von einem Komitee geprüft, das entweder entgültig entscheidet oder die Entscheidung der Betriebsleitung vorlegt. Bei diesem System werden hinsichtlich der Belohnung nur Mitarbeiter unterhalb der Prokuristen- oder Meisterstellung beteiligt. Die Prämien bestehen entweder aus einer einmaligen, abgestuften Belohnung oder in einem Prozentsatz an den dadurch erzielten Ersparnissen.

Jede Eingabe wird auf Wunsch streng vertraulich behandelt. Glaubt aber der Vorschlagende, seinen Namen nicht nennen zu dürfen, so kann er unter einem Kennwort schreiben, damit er durch das Anschlagbrett benachrichtigt werden kann, falls er unter Umständen Anwartschaft auf eine Prämie hat.

Man kann dem Vorschlagswesen vielleicht entgegenhalten, dass die Verbesserungsvorschläge nur Kleinigkeiten aufzeigen würden. Unterschätzen Sie aber bitte den Wert von Kleinigkeiten nicht: denn jeder Betrieb setzt sich lediglich aus tausenderlei Kleinigkeiten zusammen. In einem Nachbarland hatten 1200 Betriebe das Vorschlagswesen eingeführt. In einem Jahr wurden 150 000 Vorschläge eingereicht, wovon zwei Drittel oder 100 000 brauchbar waren. Es konnten dadurch zirka 31 Millionen Arbeitsstunden eingespart werden.

Jeder Mitarbeiter wird durch die Erfüllung seiner Aufgaben zu einem kritikfähigen Fachmann seines engeren Arbeitsgebietes. Wenn dieser Mitarbeiter aber sieht, dass ihm erstens eine Belohnung und zweitens eine Anerkennung winken, wird er sicher irgendeine Verbesserung oder Vereinfachung vorschlagen können. Aber — er muss meistens dazu einen äussern Impuls erhalten. M. Zulauf

Verursachen auch Sie Zustimmung

Zustimmende Käuferinnen sind leichter zu Käufen zu veranlassen. Warum also den Käuferinnen die Abneigung geradezu auf die Zunge legen?

Es kommt darauf an, was wir sagen und fragen. Wir müssen vor dem Sprechen überlegen, unsere Zunge gleichsam an der Leine führen.

Da es aber hier keine Allerweltsformel gibt, sondern die innere Einstellung entscheidet, wollen die folgenden Darlegungen zeigen, worauf es ankommt.

Erwählen wir das Wetter als Beispiel. An einem strahlenden und wolkenlosen Sonnentag können Sie zu einem Unbekannten zum Beispiel folgendes sagen:

«En heisse Tag hüt!»... «Hüt isch wider schön Wätter!»... «Das Wätter isch wie gmacht für Ferie!»...

Auf *«En heisse Tag hüt!»* kommt zuerst wohl ein Ja, aber meist gleich gefolgt von einem *«Chum zum Ushalte!»* Auch der zweite Satz *«Hüt isch wider schön Wätter!»* mag ein Ja bringen. Wie leicht kann aber der Wunsch nach etwas Frische oder gar nach Regen folgen. Ein merkwürdiger Kauz aber müsste es sein, der auf *«Das Wätter isch wie gmacht für Ferie!»* nicht mit einem zustimmenden Worte, etwa mit *«Würkli!»*, sondern mit etwas Niederdrückendem Anworten würde.

Beim Maschinenschreiben wissen wir, dass jede Taste einen besonderen Buchstaben anschlägt. Auch beim Klavierspielen wissen wir, dass jede Taste einen besonderen Ton verursacht. Noch viel zu wenig wird aber erkannt, dass die Antworten durch unsere Sätze und Fragen verursacht werden.

Zugegeben, das Anschlagen dieser «Tasten» ist nicht so leicht, und «Misstöne» sind nicht ganz zu vermeiden. Wenn wir aber täglich etwas lernen, richtigere Sätze zu sprechen, positivere Fragen zu stellen, werden wir vermehrt Zustimmung verursachen und manchen Verkauf ermöglichen, der sonst unterbliebe.

Ernst Lattmann

Wie inserieren?

* Oberflächlich betrachtet scheint das Inserieren zu den leichtesten Aufgaben zu gehören. In der Tat dürfte es heute nicht allzu viele Menschen geben, die nicht schon irgend ein Inserat verfasst und in einer Zeitung veröffentlicht hätten. Man braucht aber nur die Inseratenseiten der Publikationsorgane durchzugehen, um zu gewahren, dass sehr vieles hätte besser gemacht werden können. Es ist deshalb nicht so abwegig, wenn das offizielle Organ des britischen Genossenschaftsbundes eine Serie Abhandlungen über Zweck und Art des Inserierens zu veröffentlichen begonnen hat. Einem einleitenden Artikel entnehmen wir die folgenden Gedanken:

Die einzige Art, ein gutes Inserat abzufassen, besteht darin, dass man sich zuerst über dessen Zweck klar wird. Jedes Inserat hat einen bestimmten Zweck zu erfüllen. In den meisten Fällen besteht dieser darin, die Leser zum Kaufen zu veranlassen. In unserem Falle würde also die Formel lauten: Kauft im Genossenschaftsladen! In der Praxis dürfte aber eine solche lakonische Aufforderung wenig Erfolg haben. Damit sie wirke, muss die Aufforderung begründet sein. Der Käuferschaft muss die Ueberzeugung beigebracht werden, dass der *Genossenschaftsladen tatsächliche Vorteile* bietet, sei es aufmerksamere Bedienung, grössere Auswahl, niedrigere Preise, bessere Qualität usw.

Nehmen wir an, es handle sich um einen Fischladen. Wenn der Genossenschaftsladen der einzige am Platze ist, der Fische verkauft, so wird es genügen, dem Publikum kundzutun, dass da Fische zu haben sind. Wenn aber in andern Läden ebenfalls Fische verkauft werden, so gilt es, *Argumente* anzuführen, die für eine Bevorzugung des Genossenschaftsladens sprechen. Sind die hier erhältlichen Fische frischer, qualitativ besser, in grösserer Auswahl vorhanden, zu niedrigerem Preis? Ist der Laden hygienischer eingerichtet, das Verkaufspersonal erfahrener, freundlicher?

Aehnliches gilt für jede andere Warenkategorie. Man suche nach dem Zwecke des Inserates und formuliere dann die *Gründe, die für den Genossenschaftsladen sprechen,* so wirkungsvoll wie möglich.

Kleinigkeiten als Verkaufshelfer

Zuerst ein kleiner Versuch. Denken Sie sich als Käuferin in einem Lebensmittelladen, die das Gewünschte bereits verlangt hat. Nun geben Sie je spontan eine Antwort, *Ihre* Antwort, auf die folgenden drei Fragen:

«Dörf na öppis si?» Antwort: «...» —
«Hettet Si na gärn öppis?» Antwort: «...» —
«Was dörf ich Ine na gä?» Antwort: «...»

Tritt uns auf die erste Frage nicht aus lauter Gewohnheit ein *Nein* auf die Zunge? Bei der zweiten Frage mag allfällig noch irgendein Wunsch auftauchen. Meist ist aber auch hier das *Nein* prompt zur Stelle. Die dritte Frage aber lässt ein *Nein* überhaupt nicht mehr zu. Als Käuferin müssen wir schon sagen: «I bruche nüt me!»

Auf die Frage *«Was dörf ich Ine na gä?»* wird aber fast jede Käuferin kurz überlegen, ob sie nicht noch etwas vergessen hat. Ihr Blick gleitet den Gestellen entlang, verweilt bei Wurstwaren, Käse, Patisserie oder liebäugelt gar mit anmächeligen Früchten. Nicht selten wird ein weiterer Verkauf die Folge sein.

Begnügen Sie sich aber nicht mit diesen Ueberlegungen. Verwenden Sie abwechslungsweise das *«Dörf na öppis si?»* und das *«Was dörf ich Ine na gä?»*, um in kurzer Zeit einen Umweg um Formulierungen zu machen, die uns *Nein* bringen.

Sie brauchen ja trotzdem nicht immer *«Was dörf ich Ine na gä?»* zu sagen. Suchen Sie selbst nach einigen entsprechend geeigneten Formulierungen. Wie der Rennfahrer seine Beine trainiert, so werden Sie sich in Sätzen üben, die weitere Verkäufe verursachen.

Reine «Verkaufsautomaten» werden demgegenüber noch nach Jahren sagen: *«Isch das alles?»* el

Anhandnahme des Postversands durch den schottischen Grosseinkaufsverband

* An der letzten Quartals-Delegiertenversammlung dieses Verbandes wurde mit überwältigendem Mehr der Direktion die Ermächtigung erteilt, den Postversand gewisser Waren an die Hand zu nehmen. Der Präsident des Verbandes gab der Ueberzeugung Ausdruck, dass dieses System der Bewegung einen beträchtlichen Mehrumsatz bringen werde. Erhebungen hätten ergeben, dass in Schottland jährlich für rund vier Millionen Pfund Sterling Käufe durch Postversand erledigt werden. Es handelt sich um Waren, die von kleinen Genossenschaften nicht geführt werden können.

Sollen wir die Preise in Inseraten, in Schaukästen und in Läden angeben?

Auf diese in normalen, von kriegswirtschaftlichen Vorschriften befreiten Zeiten wieder wichtig werdende Frage hat «Sales Management», eine amerikanische Zeitschrift, auf Grund einer Umfrage folgende Antworten erhalten:

Preise in den Schaufenstern?

Alle Befragten . .	67 % ja	19 % nein	14 % unentschieden
Männer allein . .	62 % ja	19 % nein	19 % unentschieden
Frauen allein . . .	70 % ja	19 % nein	11 % unentschieden

Preise in Ausstellkästen und im Laden?

Die Männer antworteten:	67 % ja,	12 % nein,	21 % gleichgültig
Die Frauen antworteten:	82 % ja,	9 % nein,	9 % gleichgültig

Preise in Inseraten und auf Plakaten?

Die Männer sagten	80 % ja	20 % nein
Die Frauen sagten . . . . . . , ...	90 % ja	10 % nein

Soll man den psychologischen Preis dem «richtigen» Preis vorziehen (psychologische Preise sind zum Beispiel: Fr. 1.95 statt 2.— und Fr. 2.95 statt 3.—)?

Die Männer sagten . .	34 % ja	31 % nein	35 % kein Urteil
Die Frauen sagten . .	49 % ja	25 % nein	26 % kein Urteil

Bibliographie

Leitfaden des kaufmännischen Rechnens, I. Teil. Von Prof. H. Biedermann und Dr. H. Boller. 14., teilweise neubearbeitete Auflage. VII, 166 S. Zürich, Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, 1946. Geb. Fr. 5.50.

* Die Neuauflage ist up to date; der Anschluss an das Qualitätsniveau der Lehrabschlussprüfungsaufgaben ist hergestellt. Dies geschieht im wesentlichen durch die Anfügung eines 12. Kapitels über die Kalkulation. Die Aufnahme des Kalkulationsstoffgebietes in den Lehrplan stellt eine Mehrbelastung der Kandidaten dar, um so mehr, als dieses bis anhin den höhern Fachkursen vorbehaltene Gebiet an die geistige Reife des Lehrlings reichlich hochgespannte Forderungen stellt; anderseits zeigt sie ihm und, wer weiss, vielleicht auch diesem oder jenem Prinzipal, wie die Buchhaltung verdienen hilft.

Schweizerischer Kaufmännischer Verein. Die im Jahre 1945 vom SKV geleistete Arbeit wird in kurzen Zügen im soeben erschienenen Tätigkeitsbericht von 190 Seiten festgehalten: Sie umfasst volkswirtschaftliche und sozialpolitische Aufgaben, Aus- und Weiterbildung im kaufmännischen Berufe, Wohlfahrt und Unterstützung usw. Der Verband ist der zweitgrösste Arbeitnehmerverband der Schweiz. Er zählt 52 000 Aktiv- und Jugendmitglieder. In den kaufmännischen Vereinen bestehen 150 Klubs aller Art, die im abgelaufenen Jahre 5158 Veranstaltungen durchführten. Dazu kommen noch 4000 Veranstaltungen der 51 Jugendabteilungen mit einer Besucherzahl von 30 000! Die Scheinfirmen des Jugendbundes weisen einen grossen Post- und Geschäftsverkehr auf. Es gingen durch die Zentrale in Zürich 63 000 Briefe und 17 000 Vervielfältigungen.

Aus den Wohlfahrtskassen des Verbandes (Krankenkasse, Arbeitslosenkasse, Alters- und Invalidenkasse, Hilfskasse usw.) wurden im Jahre 1945 rund 700 000 Franken ausbezahlt.

Auf dem Gebiete des Bildungswesens wurden neben den vom Bund dem SKV übertragenen Lehrabschlussprüfungen für kaufmännische Lehrlinge und Verkäuferinnen auch zahlreiche höhere Prüfungen abgenommen, so u. a. die eidgenössischen Diplomprüfungen für Buchhalter und für Korrespondenten.

Das «Schweiz. Kaufmännische Zentralblatt» ist das Verbandsorgan des SKV. Neben dieser Wochenzeitung, die seit 25 Jahren von Kantonsrat Galliker redigiert wird, gibt der Verband eine Jugendzeitschrift «Der Jungkaufmann» heraus. Für die Förderung der modernen Wirtschaftserkenntnis und -methoden stellt der SKV der schweizerischen Kaufmannschaft die Zeitschrift «Büro und Verkauf» zur Verfügung.

«Büro und Verkauf.» *Aus der Augustnummer:* Personalauslese in einem Grossbetrieb des Detailhandels, Umfrage über den Verkehr zwischen Publikum und Behörden.

Die Bewegung im Ausland

Grossbritannien. *Ein führender englischer Genossenschafter Leiter der britischen Delegation an der Pariser Friedenskonferenz.* Während der Krankheit von Aussenminister Bevin lag die Leitung der britischen Delegation in den Händen des bedeutenden englischen Genossenschafters *A. V. Alexander.* Kaum war Minister Alexander von einer ebenfalls dem Frieden dienenden Mission in Indien zurück, wurde ihm ein wichtiger Platz in der englischen Friedensdelegation anvertraut.

Ungarn. *Wichtige Aufgaben für die Konsumgenossenschaften.* In der Versorgung der Konsumenten werden die Genossenschaften eine wichtige Rolle spielen. Diese Institutionen verkaufen alles stets zu den amtlicherseits festgesetzten Preisen und tragen für die rasche und pünktliche Verrechnung der verteilten Waren Sorge, ausserdem können sie dank ihrer weitverzweigten Organisation die Waren selbst zu dem entlegensten Konsumgenossenschaften befördern.

Das Ministerium für Allgemeine Versorgung legt Gewicht darauf, dass die Verteilung der wichtigsten Lebensmittel, Bekleidungs- und landwirtschaftlicher Artikel in erster Reihe die Genossenschaften bewerkstelligen. J.

USA. *Lateinamerikaner studieren die Genossenschaftsbewegung Nordamerikas.* * Im Laufe dieses Sommers werden 22 Männer und Frauen aus lateinamerikanischen Staaten während 5½ Monaten die Genossenschaftsbewegung der Vereinigten Staaten studieren. Vertreten sind die Länder Kolumbien, Bolivien, Peru, Venezuela, Kuba und Panama. Während der ersten vier Wochen werden die Delegierten an der Hochschule von Kansas City mit der Theorie der Genossenschaftsbewegung vertraut gemacht; während der folgenden Wochen wird die eine Gruppe speziell die ländlichen Kreditgenossenschaften studieren, während Teilnehmer der anderen Gruppe in lokalen und Regionalgenossenschaften in die Betriebspraxis eingeführt werden.

Das Ausbildungsprogramm wurde in gemeinsamer Beratung ausgearbeitet vom Rochdale-Institut, dem Verbande der Konsumgenossenschaften, der Universität von Kansas City und dem landwirtschaftlichen Kreditinstitut.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen

Umsätze:

	1944/45	1945/46
Baar-Cham	1 158 100.—	1 302 800.—
Malleray	255 600.—	271 400.—
Rorschach	2 564 400.—	2 783 400.—
Turgi	1 271 200.—	1 500 200.—

Interlaken meldet die Eröffnung einer Filiale in Sundlauenen. **Visp** teilt mit, dass dem von seiten der Hausfrauen geäusserten Wunsche entsprochen und seine Manufaktur- und Mercerieabteilung nun im Sortiment sowie auch räumlich vergrössert wurde. **Winterthur** gibt die Ergebnisse der Abstimmung betreffend Ladenschluss am Montag- oder Dienstagnachmittag bekannt. Mit 2198 Ja gegen 6 Nein wurde diesem zugestimmt. 710 Stimmen fielen auf den Montag, 1398 auf Dienstag, 18 auf andere Tage, und 112 war der Tag gleichgültig. **Zürich** stellt im Bilde drei neue Ablagen vor. Es handelt sich um einen Schuh- und zwei Warenläden. **Belp, Schwarzenburg** und **Kulm** veranstalten Konsumreisen.

Morges schliesst nun ebenfalls seine Verkaufslokale jeden Mittwochnachmittag. Die Frauengruppe macht einen Ausflug per Autocar.

In den ersten sechs Monaten des Betriebsjahres verzeichnet **Sonceboz-Sombeval** eine Umsatzerhöhung von Fr. 328 000.— um Fr. 78 000.— auf Fr. 406 000.—. Ebenso gewährt der Verein seinem Verkaufspersonal den freien halben Nachmittag und führt eine Reise nach Fribourg, Biel und Bern durch. **Tramelan** berichtet über den Besuch der 230 Genossenschafter mit ihren Familien bei der Genossenschaftsmühle in Rivaz. G.

Linthal. *Fritz Schiesser† — Aenderungen in der Verwaltung.* (Mitg.) Am 6. August verschied nach kurzer Krankheit im Alter von 69 Jahren unser Präsident Fritz Schiesser. Herr Schiesser hat im November 1941 mit der Uebernahme der Präsidialgeschäfte, dem Wareneinkauf und der Rationierungskontrolle eine bedeutende Arbeitslast übernommen und seine Pflichten nach bestem Wissen und Können erfüllt. Wir werden Herrn Schiesser ein ehrendes Andenken bewahren.

Bedingt durch die entstandene Lücke in der Verwaltung unserer Genossenschaft wurde auf den 15. August eine ausserordentliche Generalversammlung anberaumt, an welcher folgende Beschlüsse gefasst wurden.

1. Grundsätzlich wurde beschlossen, von der nebenamtlichen Geschäftsführung durch eine dreigliedrige Betriebskommission zur hauptamtlichen Verwaltung überzugehen unter Abänderung der entsprechenden Artikel in unsern Statuten anlässlich der nächsten Monat stattfindenden ordentlichen Generalversammlung.
2. Der Antrag der Verwaltungskommission, auf den neu geschaffenen Posten den bisherigen Kassier der Genossenschaft, Herrn Paul Zangger, zu berufen, fand einstimmige Genehmigung.
3. Die bis anhin aus sieben Mitgliedern bestehende Verwaltungskommission wurde auf fünf Mitglieder reduziert, bestehend aus dem Präsidenten und vier Kommissionsmitgliedern. Der Verwalter wird mit beratender Stimme an den Sitzungen teilnehmen.
4. Als neuer Präsident beliebte ebenfalls einstimmig Herr Melchior Zweifel, welcher seit 1938 als Aktuar der Verwaltungskommission angehörte.

Der Aufschwung unserer Genossenschaft, welcher die Last für eine weitere nebenamtliche Geschäftsführung zu gross werden liess, geht aus folgenden Zahlen hervor:

Betriebsjahr	Mitgliederzahl	Umsatz	Anzahl Läden
1942/43	359	438 000.—	1
1945/46	428	615 300.—	2

Niederbipp. Aus dem Jahresbericht. Der Umsatz konnte von Fr. 995 700.— um Fr. 84 000.— auf Fr. 1 079 400.— gesteigert werden. Die Zahl der Mitglieder erhöhte sich von 836 auf 850, während die Durchschnittskonsumation pro Mitglied Fr. 812.— erreicht (Vorjahr Fr. 767.—). An Rückvergütungen werden dieses Jahr, bei einem Prozentsatz von 7 %, Franken 48 300.— ausbezahlt. Vergabungen erfolgten an die Schweizer Spende, das Genossenschaftliche Seminar Freidorf, die Patenschaft Co-op, die Ferienversorgung Pro Juventute und die Tuberkulosefürsorgestelle. Die Bilanz (Totalbetrag Fr. 676 800.—) weist u. a. folgende Posten auf: Aktiven: Liegenschaften Fr. 313 000.—, Warenlager Fr. 235 600.—, Wertschriften Franken 37 500.—, Bankguthaben Fr. 16 800.—, Kassasaldo Fr. 8500.—; Passiven: Anteilscheine Fr. 37 500.—, Reservefonds Franken 152 200.—, Hypotheken Fr. 84 000.—, Depositenguthaben Franken 298 900.—, Kautionen Fr. 16 500.—. Der Nettoüberschuss beträgt Fr. 64 400.—.

Verbandsdirektion

Verschiedene Anfragen haben die Verbandsdirektion veranlasst, neuerdings auf die Frage der *Kartoffelverbilligungsaktion* zurückzukommen. Die Direktion hat bekanntlich ihren Standpunkt im Jahresbericht pro 1945 (Seite 2) auseinandergesetzt. Wir wiederholen, dass die Kartoffelverbilligungsaktion von Anfang an ausdrücklich auf die eigentlichen Kriegsjahre beschränkt wurde und dass einzig und allein pro 1945 eine letzte Wiederholung beschlossen wurde, weil damals die Teuerung infolge ungenügenden Teuerungsausgleiches bei der Mehrzahl der Lohnempfänger sich besonders hart auswirkte.

In der Zwischenzeit hat die Anpassung der Löhne an die Teuerung weitere bemerkenswerte Fortschritte gemacht. Die Verbandsdirektion sieht sich darum nicht veranlasst, auf ihren Beschluss zurückzukommen. Ausserdem würde ihr dies auch durch den Fiskus ausserordentlich erschwert, wenn nicht gar verunmöglicht, weil nach den neuesten Tendenzen der Steuerbehörden die Aufwendungen derartiger Verbilligungen als Einkommen versteuert werden müssen.

*

Der Kreisverband IV wird seine diesjährige Herbstversammlung in Biberist (Hotel Bahnhof) durchführen.

Genossenschaftliches Seminar

(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar sind folgende Beträge überwiesen worden:

Fr. 200.— vom Allg. Konsumverein Landquart
» 100.— von der Landw. u. Konsumgenossenschaft Magden
» 100.— vom Konsumverein Rupperswil
» 100.— vom Konsumverein Ebnat-Kappel
» 100.— vom Konsumverein Gränichen

In Erinnerung an Herrn Direktor E. Rudin:

Fr. 200.— von der Bell AG., Basel
» 100.— vom Verband schweizerischer Grossmetzgereien mit Filialgeschäften, Bern
» 50.— vom Konsumverein Liestal, für das Kinderheim Mümliswil

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Gesucht zu sofortigem Eintritt in einen Konsumverein der Ostschweiz: **jüngerer kaufmännischer Angestellter** für die Führung der Rationierungskontrolle und Rationierungsbuchhaltung sowie des Warenskontros und für allgemeine Büroarbeiten. Bevorzugt wird ein initiativer, junger Mann, der bereits vom Rationierungswesen etwas versteht und auch allgemein Interesse am Genossenschaftswesen bekundet. Offerten mit Photo und Gehaltsansprüchen sind sofort unter Chiffre B. S. 163 an die Redaktionskanzlei des V. S. K., Basel 2, zu richten.

Angebot

27jähriger, zuverlässiger **Konditor** sucht Jahresstelle. Gute Zeugnisse. Offerten an Werner Glauser, b. Meyer, Länggassstrasse 21, Bern.

INHALT: *Seite*